

СЪДЪРЖАНИЕ

I. СЪСТОЯНИЕ, РАЗВИТИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА ПАЗАРА НА ЕЛЕКТРОННИ СЪОБЩЕНИЯ.....	8
1. Световно развитие на сектора на електронни съобщения.....	8
2. Перспективи за развитие на световния пазар на електронни съобщения.....	17
3. Правна и регулаторна рамка.....	18
4. Обем и структура на пазара на електронни съобщения в България.....	19
5. Перспективи за развитие на българския пазар на електронни съобщения.....	28

I. СЪСТОЯНИЕ, РАЗВИТИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ НА ПАЗАРА НА ЕЛЕКТРОННИ СЪОБЩЕНИЯ

1. Световно развитие на пазара на електронни съобщения

Обем и ръст на сектора

Световната икономическа криза, която продължи и през 2009 г., не оказва силно въздействие върху сектора на електронни съобщения. След незначителното свиване на пазара през 2009 г. с около 0,5%, спрямо 2008 г., прогнозите за 2010 г. са за стабилизиране и увеличение на приходите с 2,9% до 1,4 млрд. евро¹.

През 2009 г. пазарът на електронни съобщения в Азия, Южна Америка и Източна Европа бележи значително увеличение на приходите, въпреки кризата. Така например, реализираните приходи в страните от BRIC (Бразилия, Русия, Индия и Китай) през 2009 г. достигат 299 млрд. евро², като увеличението спрямо 2008 г. е 4,9%. Индия е с най-висока степен на нарастване на пазара на електронни съобщения – 10,5% или 47 млрд. евро. Китай бележи ръст от 2,2% и се подрежда на трето място на световния пазар след САЩ и Япония³.

По данни на Европейската обсерватория за информационни технологии (ЕИТО) през 2009 г. в страните от ЕС се наблюдава спад в приходите от електронни съобщения с 2,4%, като са реализирани около 713 млрд. евро по-малко спрямо предходната година.

Според данни от 15-тия доклад на Европейската комисия за напредъка на единния европейски пазар на електронни съобщения през 2009 г. (15-ти доклад на ЕК)⁴, в страните от ЕС, най-много приходи, с 47% дял в общите приходи, са реализирани от мобилни услуги (гласови и достъп до интернет) – фиг. 1.

¹ По данни на ЕИТО, www.eito.com/pressinformation_20100303.htm

² По данни на ЕИТО, www.eito.com/pressinformation_20090929.htm

³ По данни на ЕИТО, www.eito.com/pressinformation_20090929.htm

⁴ Commission staff working document accompanying the Progress report on the single European electronic Communications Market (15th Report)



Източник: Commission staff working document accompanying the Progress report on the single European electronic communications market 2009 (15th Report)

Фиг. 1

Мобилен комуникации

През 2009 г., въпреки икономическата криза и отчетения спад на световния пазар на електронни съобщения, в сектора на мобилните услуги се наблюдава увеличаване на потреблението, като отчетеното проникване през 2009 г. достигна 67%.



* Забележка: Данните за 2009 г. са прогнозни

Източник: ITU - Measuring the information society 2010

Фиг. 2

В края на 2009 г. са регистрирани 4,4 млрд. мобилни абоната (фиг. 3), което представлява увеличение от 7,32% спрямо 2008 г.⁵.

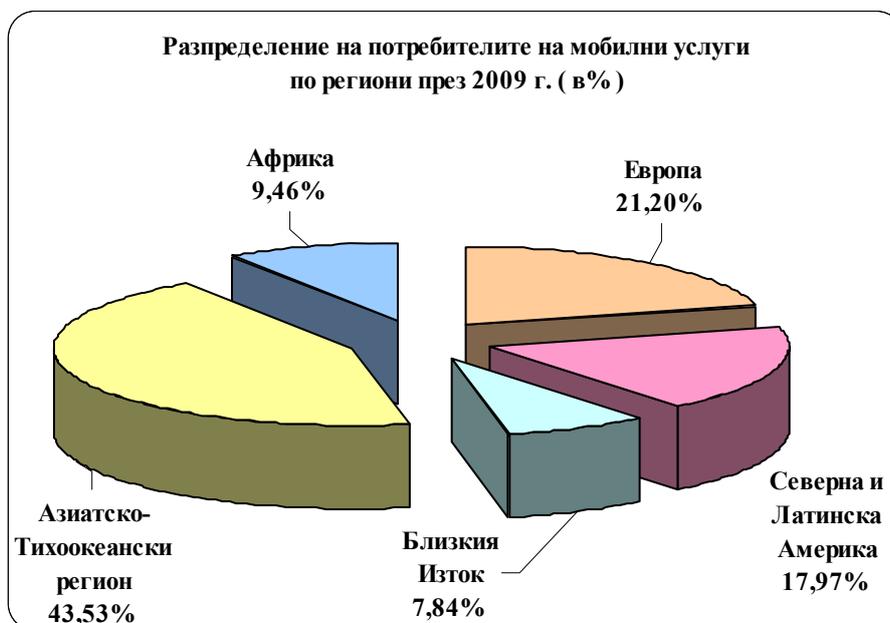


* Забележка: Данните за 2010 г. са прогнозни

Източник: EITO, IDATE

Фиг. 3

През 2009 г. се наблюдава изменение в разпределението на потребителите на мобилни услуги по региони. В страните от Африка и Близкия изток са съсредоточени около 17,3% от всички потребители на мобилни услуги в света и нарастват с 3 процентни пункта спрямо 2008 г. (14,34%). В регионите Северна и Латинска Америка (18,83 % за 2008 г.) и Европа (24,09% за 2008 г.) се наблюдава обратната тенденция (виж фиг. 4).



Източник: ITU

Фиг. 4

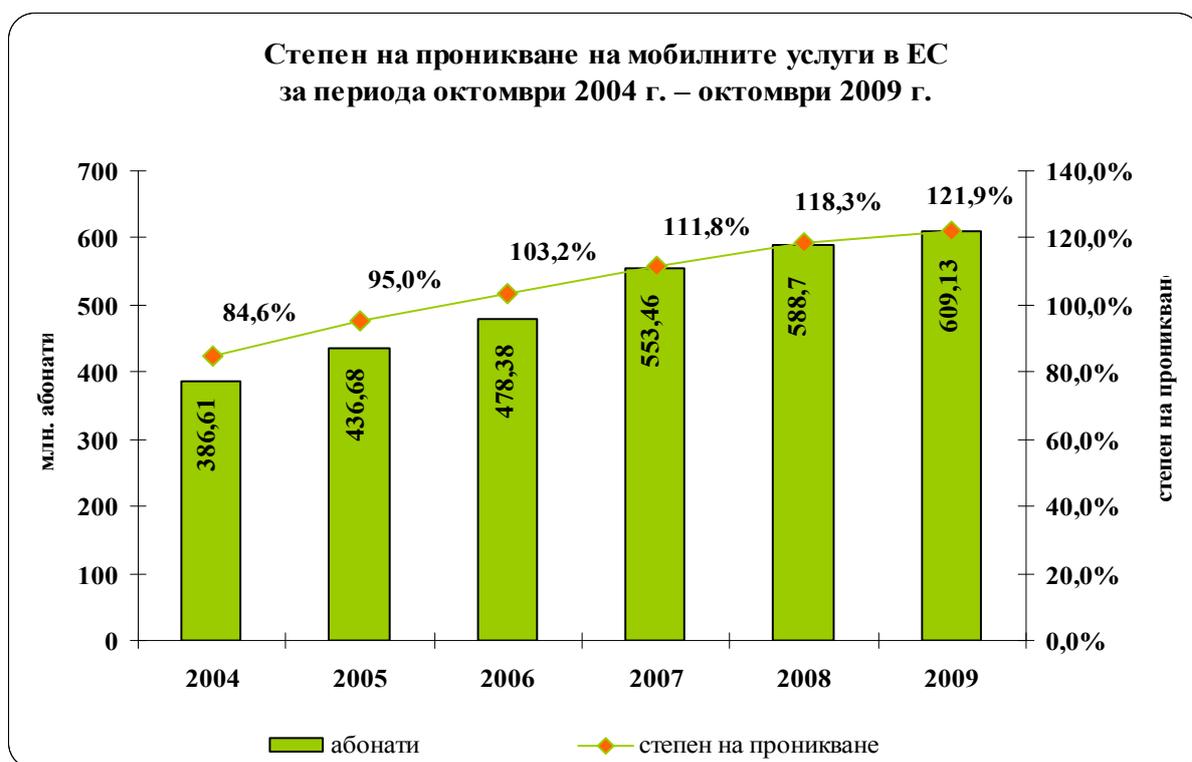
⁵ EITO – www.eito.com/pressinformation_20090807.html

Според данни на Международния съюз по далекосъобщения (ITU) – „Measuring the information society 2010”, бързото и продължително нарастване на мобилните услуги през последните години се дължи преди всичко на развиващите се страни, където този сегмент от пазара увеличава дела си с бързи темпове. Така например, през 2009 г., в Индия е отчетено увеличение на броя на потребителите на мобилни услуги с 32% или с 457 млн. души, а за Бразилия този процент е 14 или 172 млн. души.

В развитите страни темповете на нарастване са по-ниски. Това се дължи на факта, че нивото на ползване на мобилни услуги в тези страни вече е висок. Страните от ЕС регистрират увеличение на потреблението на мобилни услуги с 4% за 2009 г.⁶

Проникването на мобилни услуги в световен мащаб за 2009 г. е 67,0% (фиг. 2) при 61,1% през 2008 г. Според данни на ITU, проникването на мобилната услуга в развиващите се страни преминава границата от 50% и достига 57%. В сравнение с 2005 г. (23% проникване) се отчита повече от два пъти увеличение на този показател.

През октомври 2009 г. степента на проникване на мобилни услуги на европейския пазар е 121,9%, като спрямо октомври 2008 г. е отчетено увеличение с 2,5%⁷.



Забележка: Данните са на база активни абонати

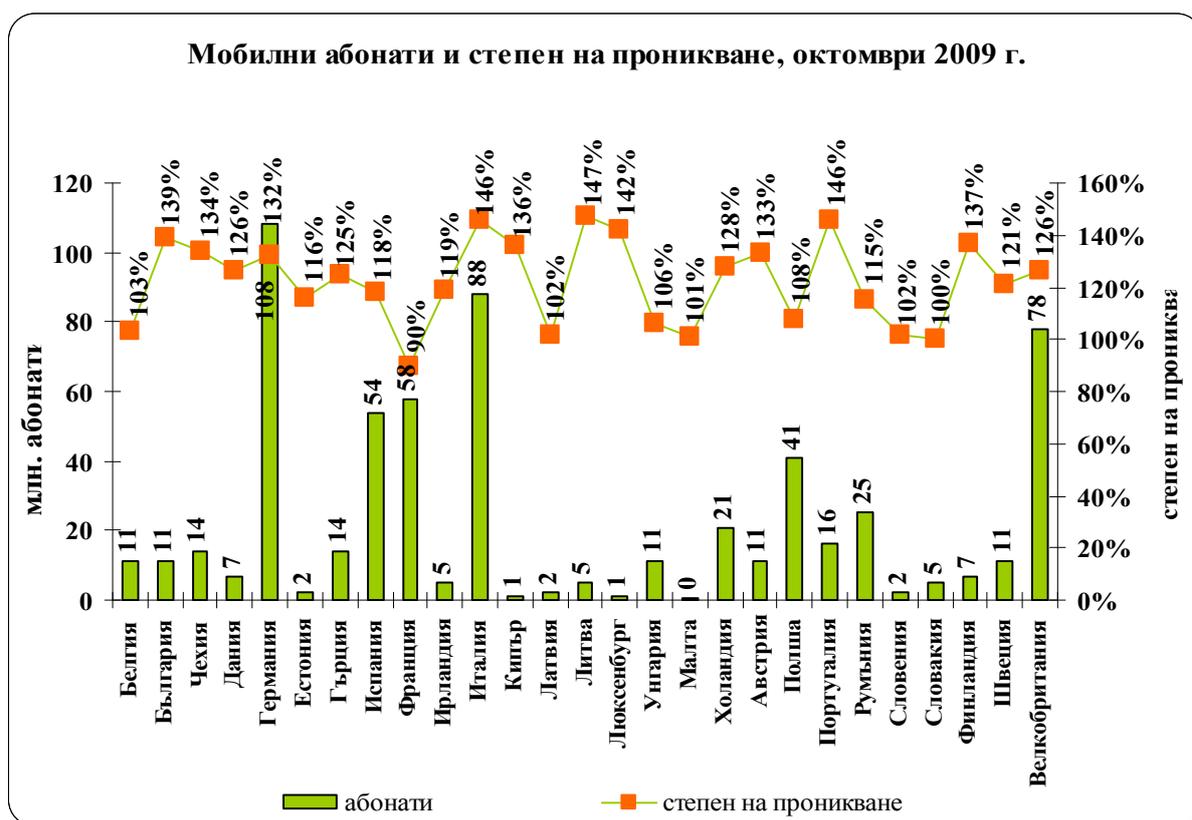
Източник: Commission staff working document accompanying the Progress report on the single European electronic communications market 2009 (15th Report)

Фиг. 5

⁶ ITU - Measuring the information society 2010

⁷ Commission staff working document accompanying the Progress report on the single European electronic Communications Market (15th Report)

Според данни от 15-тия доклад на ЕК, степента на проникване на мобилните услуги се е увеличила значително в Португалия, Румъния и Финландия, което е следствие от различни причини (повишено потребление, голям относителен дял на предплатени карти, средна цена на минута разговор, под средната за ЕС). Данните от мобилните оператори показват, че в Италия и Естония степента на проникване е намаляла основно заради спрените предплатени карти. Франция отчита най-ниска степен на проникване на мобилните услуги за 2009 г., което най-вероятно се дължи на политиката на френските мобилни оператори да не предлагат промоционални оферти за предплатени услуги.



Източник: Commission staff working document accompanying the Progress report on the single European electronic communications market 2009 (15th Report)

Фиг. 6

Броят на UMTS абонатите в ЕС през 2009 г. е 172 млн., което представлява увеличение с 36%, в сравнение с 2008 г., докато броят на абонатите, използвали традиционната GSM технология, се е увеличил едва с 5%. За САЩ тези цифри са съответно 74% или 108 млн. абоната за UMTS технологията и 7% или 177 млн. за GSM технологията⁸.

Според данни на *Portio Research*, броят на изпратените кратки текстови и мултимедийни съобщения (SMS и MMS) през 2009 г. в световен мащаб достига 4 218 млрд., като се наблюдава 25% увеличение спрямо 2008 г. Според същия източник, през 2009 г. се наблюдава 9%-тно увеличение на относителния дял на приходите от SMS и MMS в общия обем на приходите от мобилни услуги, като към края на 2009 г. е достигнал 17,98%. Предвижда се до 2013 г. броят на изпратените съобщения да достигне 5 643 млрд.

⁸ ITU - Measuring the information society 2010

Към края на 2009 г. в света има над 430 оператора на виртуални мобилни мрежи (MVNO)⁹.

Фиксирани комуникации

През 2009 г. на световния пазар на електронни съобщения продължи тенденцията за намаляване на приходите в сектора на гласовите услуги, осъществявани чрез фиксирана мрежа. Видно от фиг. 2 все повече абонати на фиксирани мрежи предпочитат мобилните услуги и/или интернет, като проникването на фиксирани услуги намалява с 1,9 процентни пункта до 17%.

Броят на фиксираните линии в света през 2009 г. е 1,21 млрд., което представлява 2,6% намаление спрямо 2008 г.¹⁰. Очаква се през 2010 г. в световен мащаб този сегмент от пазара да намалее с 4,6% спрямо 2009 г.¹¹.

Според информация на ЕИТО, 18% от домакинствата в САЩ вече не използват фиксирана телефонна услуга, заменяйки я с мобилна. В Япония този процент е 20, а в Италия – 26.

Интернет

По данни на *Internet World Stats*, към края на 2009 г. потребителите на интернет в световен мащаб са нараснали с 13,91% в абсолютно изражение в сравнение с края на 2008 г. или са отчетени 1 802 млн. потребители, представляващи 26,62% от световното население. За една година средната степен на проникване на световния интернет пазар се е увеличила с 3,3 процентни пункта. Така отчетените данни са потвърждение на прогнозите, направени през 2008 г., че въпреки икономическата криза потреблението на интернет няма да бележи спад.

През 2009 г. 1,9 млрд. души от населението в света или 27,3% имат достъп до персонален компютър вкъщи¹².

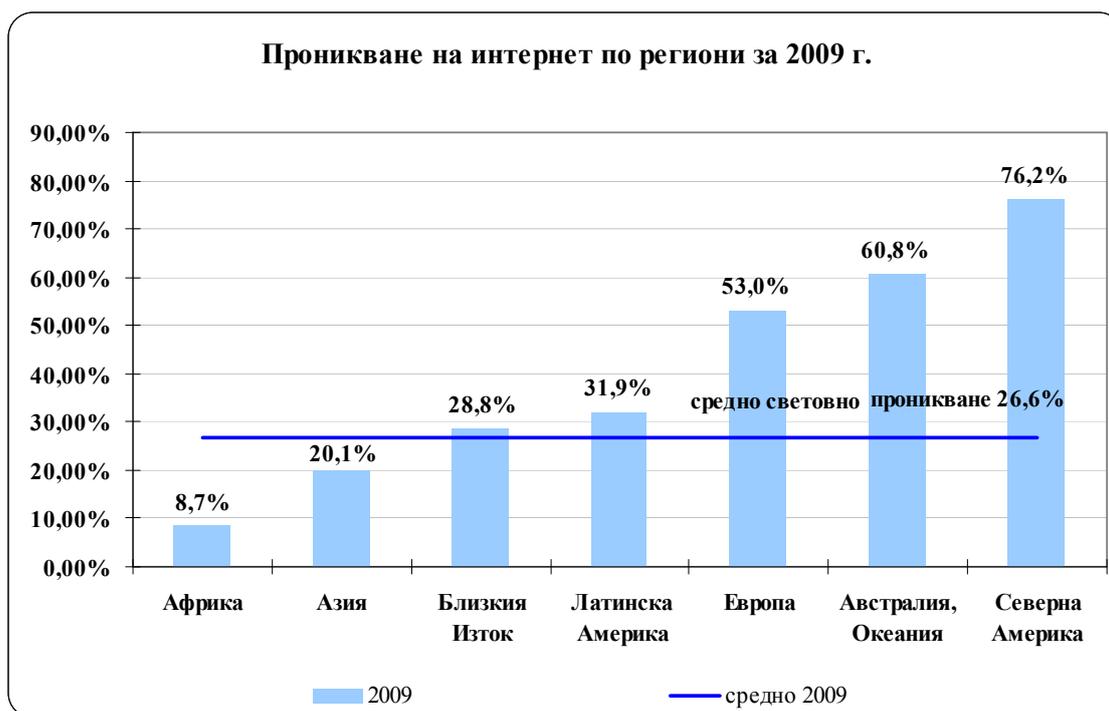
Графиката по-долу показва проникването на интернет по региони за 2009 г. В най-голяма степен нараства потреблението в страните от Близкия изток с 5,5 процентни пункта (отчетеното проникване на интернет услугите в Близкия изток през 2008 г. е 23,30%). Северна Америка запазва лидерството си по отношение на ползване на интернет услуги на 100 жители, въпреки че през 2009 г. този регион е единственият, който бележи минимален спад от 0,3 процентни пункта.

⁹ Според доклада The MVNO Directory 2009

¹⁰ ITU - www.itu.int/ITU-D/ICTEYE/Reports.aspx

¹¹ По данни на ЕИТО, www.eito.com/pressinformation_20100303.htm

¹² ITU - Measuring the information society 2010



Източник: Internet World Stats

Фиг. 7

Около 22% от абонатите на интернет услуги са в държавите от Европейския съюз, като само 10% от световното население живее в тези страни¹³.

Широколентов достъп до интернет

Според данни на *Point Topic*, абонатите на широколентов достъп в края на 2009 г. са нараснали с 14,2% спрямо 2008 г. и достигат 466,95 млн.

В Европа в началото на 2009 г. са отчетени 126 млн. абоната на фиксиран широколентов достъп, при 25 млн. преди пет години и 150 млн. абоната на мобилен широколентов достъп, при по-малко от 1 млн. преди пет години¹⁴.

Страните от ЕС отново бележат най-голям относителен дял при широколентовите услуги в световен мащаб. Почти една четвърт от гражданите на ЕС (24,8%) разполагат с широколентов достъп до интернет чрез фиксирана линия. Макар скоростта на предаване на данни да нараства, като при 84,6% от фиксираните широколентови линии в ЕС тя е над 2 Mb/s, само при 23,4% от тях тази скорост е над 10 Mb/s¹⁵.

На графиката по-долу е представено разпределението по региони на абонатите на широколентов достъп за 2009 г.

¹³ ITU - Measuring the information society 2010

¹⁴ ITU – Newsroom, www.itu.int/net/pressoffice/stats/2010/02/index.aspx

¹⁵ Commission staff working document accompanying the Progress report on the single European electronic Communications Market (15th Report)



Източник: Point Topic

Фиг. 8

Степента на проникването на широколентовия достъп в света, изчислена въз основа броя на населението, през 2009 г. е 23,3% в развитите страни и само 3,5% за развиващите се¹⁶.

През 2009 г. степента на проникване на широколентов достъп в страните от Източна Европа бележи най-голямо изменение (31,9%), в сравнение с 2008 г. Най-незначително е изменението в Азиатско-Тихоокеанския регион (1%). Северна Америка и Западна Европа остават регионите с най-висока степен на проникване на широколентови услуги¹⁷.

През януари 2010 г. в ЕС са отчетени 123,7 млн. фиксирани широколентови линии, което представлява 9,3% увеличение спрямо януари 2009 г.¹⁸.

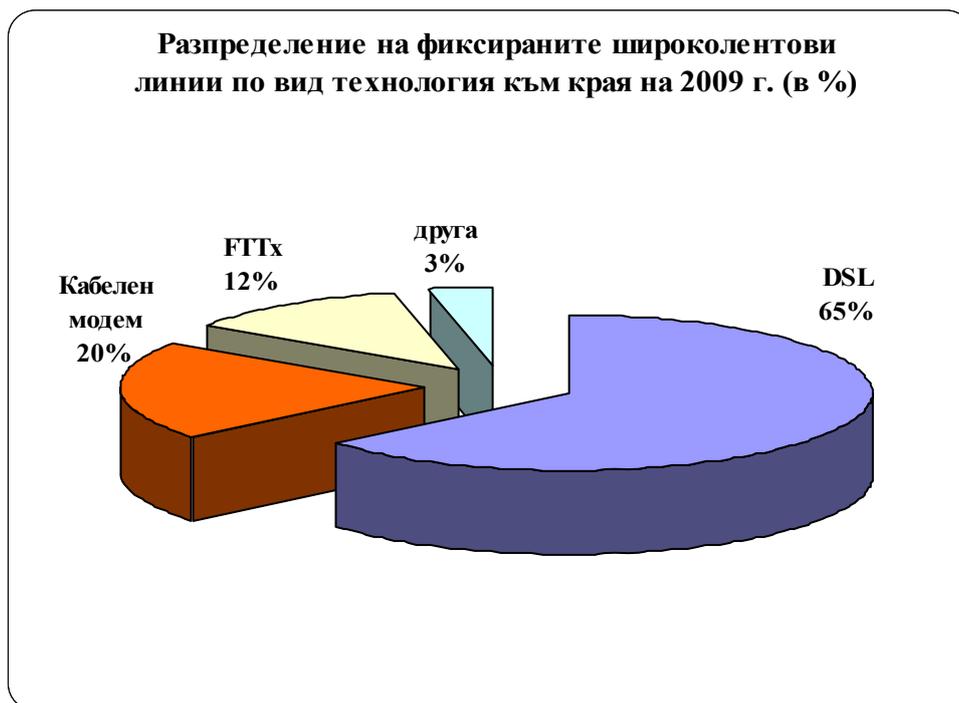
През 2009 г. не се наблюдава промяна в относителните дялове на различните видове технологии, които се използват за широколентов достъп в света (фиг. 9). Най-използваната технология за достъп на световно равнище, с 65% дял, продължава да е DSL технологията, следвана от използването на кабелен модем (20,37%). На трето място остава FTTx технологията с 12,24%¹⁹.

¹⁶ ITU - Measuring the information society 2010

¹⁷ Point Topic

¹⁸ Commission staff working document accompanying the Progress report on the single European electronic Communications Market (15th Report)

¹⁹ Point Topic



Източник: Point Topic

Фиг. 9

Според данни на *Point Topic*, DSL технологията се използва предимно в Югоизточна Азия и Западна Европа. Кабелният модем е най-разпространен в страните от Северна Америка, а FTTx технологията в страните от Азиатско-Тихоокеанския регион.

Въпреки отчетеното намаление на относителния дял на DSL технологията (79% към края на 2009 г., спрямо 81% през 2006 г.), тя продължава да е доминираща при широколентовия достъп в страните от ЕС. За едногодишен период (януари 2009 г. – януари 2010 г.) 70% от новоизградените линии са на база xDSL технологии. Най-значително увеличение, от 26%, при фиксирания широколентов достъп през 2009 г. бележат изградените линии, базирани на оптика до дома и на оптика плюс LAN²⁰.

Мобилен широколентов достъп

Мобилният широколентов достъп е един от водещите фактори за развитието на електронните съобщения и все повече се увеличава значението му за световната икономика. През 2009 г. са отчетени 600 млн. абоната на мобилен широколентов достъп в света, като по прогнози на ITU се очаква те да достигнат 1 млрд.²¹.

През 2009 г. се наблюдава по-бързо нарастване на мобилния широколентов достъп в сравнение с фиксирания широколентов достъп. Степента на проникване на мобилния широколентов достъп е 9,5% при 7,1% за фиксирания (фиг. 2).

Според данни от 15-тия доклад на ЕК средното ниво на проникване на мобилния широколентов достъп в страните от ЕС се е увеличило с 2,4% пункта спрямо 2008 г. През 2009 г. в редица страни от ЕС се забелязва значително увеличение на потреблението на

²⁰ Commission staff working document accompanying the Progress report on the single European electronic Communications Market (15th Report)

²¹ ITU - www.itu.int/net/itunews/issues/2010/02/23.aspx

мобилен широколентов достъп. Средният ръст на потреблението за периода януари 2009 г. – януари 2010 г. е 115%²².

2. Перспективи за развитие на световния пазар за електронни съобщения

Водещите аналитични компании имат подчертано положителни очаквания за развитието на световния пазар на електронни съобщения, както в краткосрочен план – 2010 г., така и средносрочен – следващите пет години.

През първата половина на 2010 г., аналитиците на *Gartner Group* на два пъти повишиха краткосрочната си прогноза за ръста на сектора. В средата на януари 2010 г. анализаторите обявиха, че очакват световният пазар да нарасне с 4,7%²³ през настоящата година, в сравнение с предишната им прогноза за ръст от едва 3,2%²⁴. В началото на април, когато станаха ясни резултатите от първото тримесечие на 2010 г., *Gartner Group* отново коригира прогнозата – този път до ръст от 5,1%²⁵ и приходи от близо два трилиона щ.д.

В средносрочен план очакванията за сектора на електронните съобщения са още по-положителни. Аналитиците на *Insight Research* прогнозираят, че в периода 2010 г. - 2015 г. приходите от електронни съобщения ще постигнат средногеометричен ръст от 13,8%²⁶ и стойност от 3,7 трилиона щ.д. За същия период анализаторите на компанията очакват, че инвестициите в телекомуникационното оборудване ще се повишат от 199,6 млрд. щ.д. през 2010 г. до 224,5 млрд. щ.д. през 2015 г., постигайки средногеометричен ръст от 2,4%²⁷.

От регионална гледна точка обаче, положителните очаквания не са разпределени равномерно. Европа, Близкият Изток и Африка, които са групирани заедно в регион ЕМЕА, се очаква да се развиват най-бавно през следващите пет години с годишен ръст от 9,1%²⁸. Предвид високия процент на насищане на потребителите на безжични услуги, особено в големите европейски икономики, растежът ще зависи до голяма степен от развитието на широколентовите и безжични услуги от 3-то поколение (3G). Регион Северна Америка ще се развива малко по-бързо от ЕМЕА, като растежът на приходите от услуги ще зависи основно от увеличение на предлаганите услуги, а не от нарастване на броя потребители.

Бързо развиващи се региони се очаква да бъдат Латинска Америка и страните от Карибския басейн, групирани в регион ЛАК, както и Азия и страните от Тихоокеанския басейн, групирани в регион АП. Според прогнозата на *Insight Research*, в следващите пет години регион ЛАК, който е доминиран от икономиките на Мексико и Бразилия, ще постигне годишен ръст на приходите от 14,1%. Този растеж основно ще се повлияе от разрастването на средната класа в страните от региона и икономическото развитие вследствие приватизацията на ключови индустрии. Регион АП се очаква да постигне най-висок темп на увеличение на приходите през следващите пет години – 17,8% годишно. През 2010 г. този регион ще измести ЕМЕА като най-голям генератор на приходи от електронни съобщения в света. Основни фактори за бързия растеж ще бъдат Индия и Китай, където броят на активните потребители ще се увеличи значително.

²² Commission staff working document accompanying the Progress report on the single European electronic Communications Market (15th Report)

²³ <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1284813>

²⁴ <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1209913>

²⁵ <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1339013>

²⁶ http://www.insight-corp.com/pr/1_06_10.asp

²⁷ http://www.insight-corp.com/pr/3_22_10.asp

²⁸ <http://www.insight-corp.com/reports/review10.asp>

От технологична гледна точка аналитиците на *Insight Research* очакват ръстът на приходите от електронни съобщения през следващите пет години да бъде почти изцяло концентриран в един сегмент. За периода 2010 г. – 2015 г. приходите от широколентови безжични услуги се очаква да постигнат средногеометричен ръст от 62,4%. Относителният дял на тези услуги от общите приходи от електронни съобщения ще се увеличи от 5,5% през 2010 г. до 32,4% през 2015 г. Теснолентовите безжични услуги, които са с най-голям относителен дял през 2010 г., се очаква да постигнат средногеометричен ръст от 8,5% за периода на прогнозата. Относителният дял на тези услуги ще спадне от 58,8% през 2010 г. до 46,3% към края на 2015 г. За периода на прогнозата фиксираните широколентови услуги ще отчетат средногеометричен ръст на приходите от 6,0%, като техният относителен дял в общите приходи от електронни съобщения ще спадне от 12,4% през 2010 г. до 8,7% към 2015 г. По отношение на фиксираните теснолентови услуги, през следващите пет години се очаква да отчетат средногеометричен ръст от 0,6% и техният относителен дял от приходите на сектора да спадне от 23,3% през 2010 г. до 12,6% през 2015 г.

В световен план доставчиците на широколентови услуги се очаква да продължат усилията си да създадат печеливш бизнес модел за високоскоростни услуги. В тази насока те залагат на възможностите, които предоставя интернет протоколът за пренос на данни и управление. Към момента, високоскоростните услуги най-често включват пакети, комбиниращи пренос на глас през интернет (VoIP), виртуални мрежи (VPN), видео, игри и забавления, и са насочени към две основни групи потребители – домакинства и дребен бизнес.

Стремглавото развитие на услугите с приложения, базирани на интернет протокол, ще започне да оказва влияние върху мрежовата архитектура.

Мобилните оператори са водещи в прилагането на нови архитектурни модели и услуги. Като цяло те имат повече опит и по-голям контрол над съдържанието в техните мрежи, а и солидни билинг платформи – условия, гарантиращи стабилни приходи от мултимедийно съдържание.

Фиксираните доставчици също очакват експлоатационни и инфраструктурни спестявания от въвеждането на нови IP-базирани услуги. Много от историческите предприятия предпочитат първоначално да въведат IP-базирани услуги посредством насложена мрежа. Този подход позволява на операторите да не подменят комутационните елементи на старата мрежа, които представляват невъзстановими разходи. Така новата мрежова архитектура дава възможност фиксираните доставчици да запазят предишните си инвестиции и да намалят риска, като в същото време изследват и въвеждат нови възможности.

3. Правна и регулаторна рамка

През 2009 г. бяха въведени значителни изменения на нормативната уредба в сектора. Експерти от КРС участваха в разработването на:

1. Закон за изменение и допълнение на Закона за пощенските услуги;
2. Закон за изменение и допълнение на Закона за радиото и телевизията;
3. Инструкция за взаимодействие между КРС, Министерството на транспорта, Министерството на вътрешните работи, Министерството на отбраната, Държавната агенция „Национална сигурност“, Държавна агенция за метрологичен и технически надзор и Министерството на регионалното развитие и благоустройството – Дирекция за национален строителен контрол.

През периода са изготвени и приети, както и изменени, редица подзаконовни нормативни актове: наредби, тарифа, методики, регулаторни политики, технически изисквания, общи изисквания, типови разрешения и електронни форми.

Разработени от КРС и влезли в сила са следните подзаконовни нормативни актове по ЗЕС:

1. Правила за събиране на данни, необходими за идентифициране на потребители на предплатени услуги преди 01.01.2010 г.;

2. Правила за реда за издаване на разрешения за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс - радиочестотен спектър за осъществяване на електронни съобщения чрез електронни съобщителни мрежи за наземно аналогово радиоразпръскване на телевизионни сигнали;

3. Тарифа за таксите, които се събират от КРС за 2010 г. по ЗЕС.

Разработени от КРС и влезли в сила са следните изменения и допълнения на подзаконовни нормативни актове по ЗЕС:

1. Функционални спецификации за осъществяване на преносимост на национално значими номера при промяна на доставчика на обществена мобилна телефонна услуга;

2. Правила за осъществяване на електронни съобщения за собствени нужди чрез радиосъоръжения, които ползват радиочестотен спектър, който не е необходимо да бъде индивидуално определен;

3. Списък на радиосъоръженията, използващи хармонизирани в рамките на Европейския съюз радиочестотни ленти и крайните електронни съобщителни устройства;

4. Правила за условията и реда за достъп до обществена информация в Комисията за регулиране на съобщенията;

5. Общи изисквания при осъществяване на обществени електронни съобщения;

6. Технически изисквания за работа на електронни съобщителни мрежи от радиослужби неподвижна-спътникова, подвижна-спътникова и съоръженията, свързани с тях;

7. Технически изисквания за осъществяване на електронни съобщения чрез радиосъоръжения от любителската радиослужба;

8. Технически изисквания за работа на електронни съобщителни мрежи от неподвижна радиослужба и съоръженията, свързани с тях;

9. Технически изисквания за работа на мобилни наземни мрежи и съоръженията, свързани с тях;

10. Технически изисквания за работа на електронните съобщителни мрежи от подвижна радиослужба и съоръженията, свързани с тях.

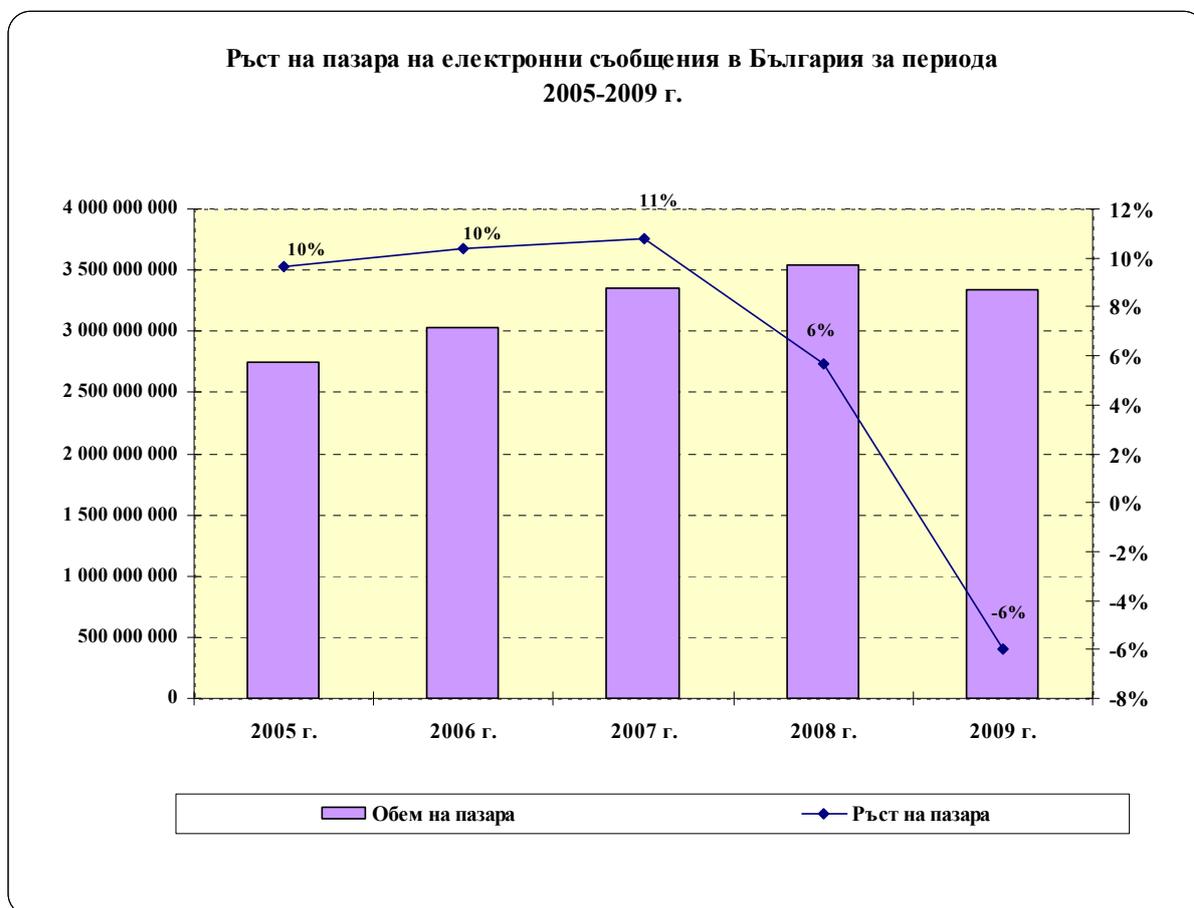
4. Обем и структура на пазара на електронни съобщения в България

През 2009 г. обемът на пазара на електронни съобщения, обхващащ пазарните сегменти на фиксирани услуги, мобилни услуги, линии под наем, пренос на данни и достъп до Интернет, кабелна телевизия, неподвижни спътникови мрежи и други електронни съобщителни мрежи и/или услуги²⁹, възлиза на 3,325 млрд. лв. или 1,700 млрд. евро, като за първа година е отчетено 6-процентно намаление спрямо предходната година.

²⁹ Включва приходите от телекс, радиофикация, приходите от предоставяне на обществени електронни съобщения чрез мрежа от неподвижна радиослужба от вида "точка към точка", приходите от предоставяне на гласови услуги чрез номера с национален код за достъп от типа 99x чрез мрежи за ширококолов безжичен достъп (мрежи от вида „точка към много точки“) и приходите от предоставяне на радиорелейни линии за пренос на радио- и/или телевизионни програми.

Общият обем на пазара на електронни съобщения за съответната година съставлява 5% от общия обем на БВП³⁰ на България.

На фиг. 10 са представени изменението на обема и ръста на пазара на електронни съобщения в страната за периода 2005-2009 г.



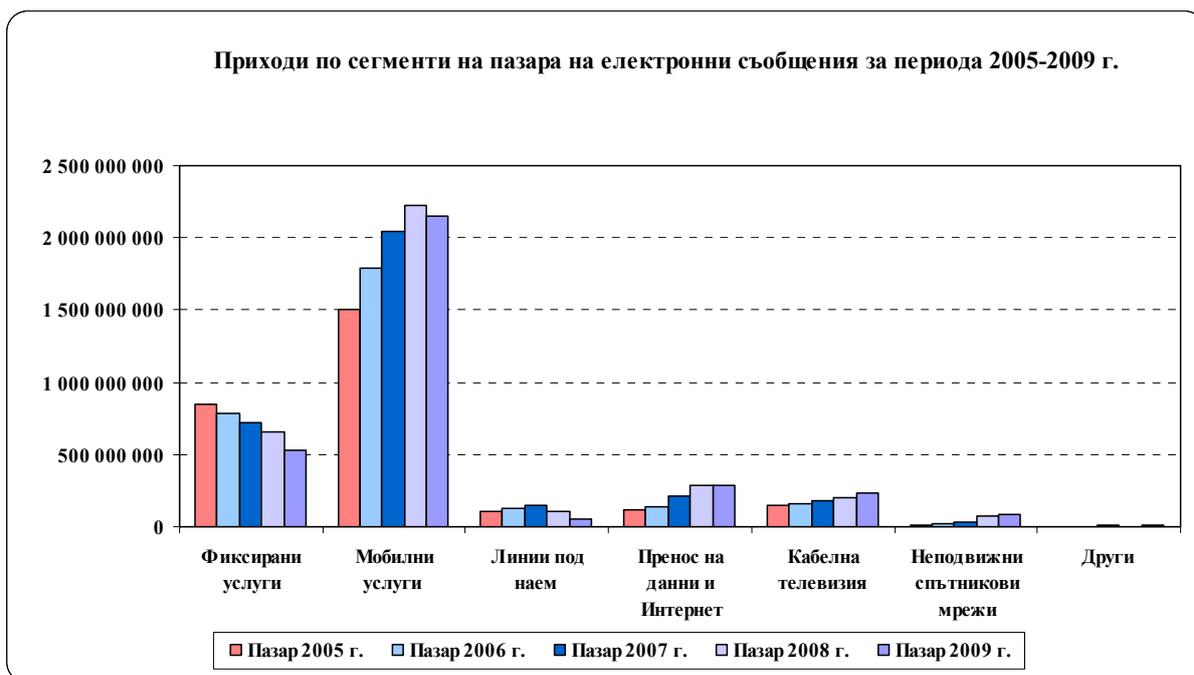
Забележка: информацията за обема на пазара през 2008 г. е коригирана

Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 10

На фигури 11 и 12 е представено изменението в обема на приходите по сегменти и динамиката в структурата на пазара на електронни съобщения.

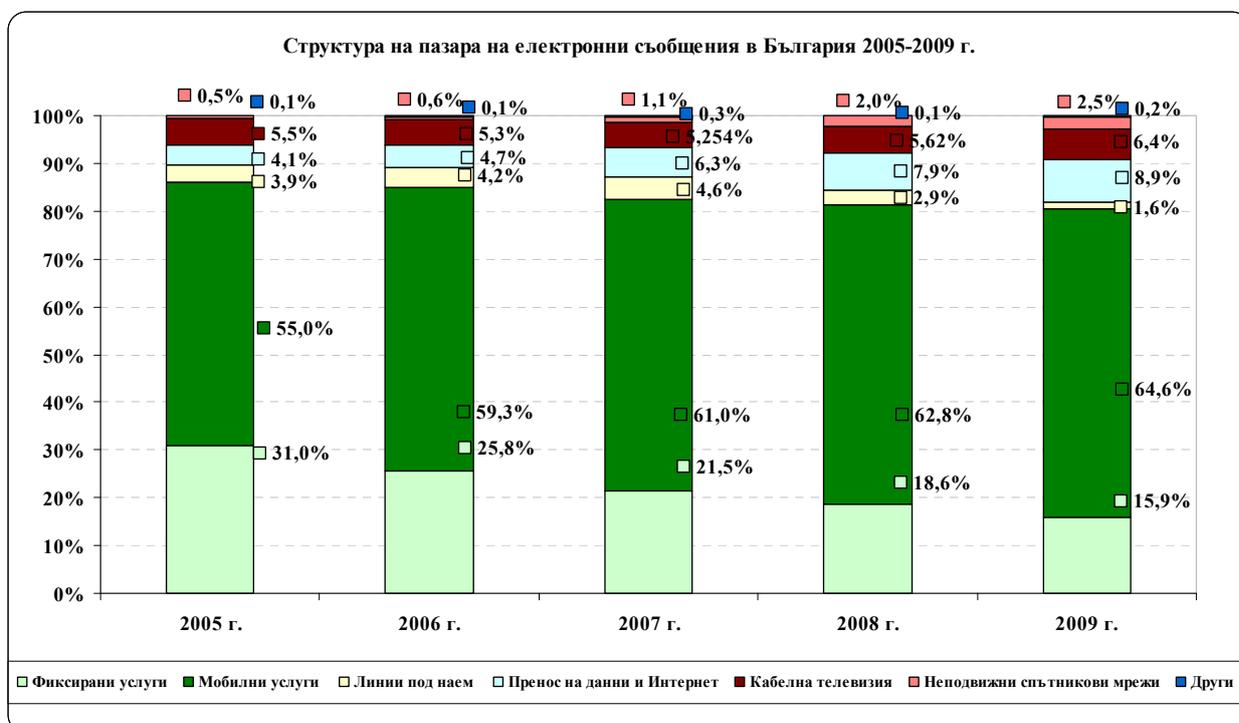
³⁰ Изчислен по текущи цени. Източник: НСИ



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 11

Видно от фиг. 11, като цяло за разглеждания период, приходите в сегментите на кабелна телевизия, пренос на данни и достъп до Интернет и неподвижни спътникови мрежи запазват тенденцията на растеж, докато в общите приходи в сегмента на фиксирани услуги за поредна година е отчетен спад.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 12

Изменение на сегментите в общия пазар на електронни съобщения

Данните, характеризиращи структурата на пазара, представени на фиг. 12, показват, че в пазарните сегменти, в които през последните години традиционно се отчита растеж с изключение на сегмента мобилни наземни мрежи, през 2009 г. отново се наблюдава ръст в абсолютно и в относително изражение:

- увеличението в абсолютна стойност на обема на сегмента „други” е значително през 2009 г. в сравнение с предходната година – близо 50%, но поради малкия относителен дял, който формира в общия обем на пазара (0,2%), изменението в относителна стойност е едва 0,1%.
- ръст в абсолютно изражение е отчетен и в сегмента „спътникови мрежи” – 19%;
- приходите от обществени електронни съобщения чрез кабелна мрежа за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми също отчитат увеличение през годината, като в абсолютни стойности нарастват със 7%;
- въпреки намаляващият темп на растеж, приходите от „пренос на данни и Интернет” са нараснали с близо 5% в абсолютно изражение спрямо предходната година.

През 2009 г. се наблюдава намаление в обема на следните сегменти от пазара на електронни съобщения:

- въпреки че се наблюдава увеличение от близо 2 процентни пункта на дела на сегмента „мобилни мрежи и услуги” в общия обем на пазара, за първа година приходите от този сегмент отчитат спад в абсолютно изражение от близо 4%;
- традиционно намалява обемът на приходите от фиксирани телефонни услуги. Делът на сегмента в общия обем на пазара на електронни съобщения и тази година спада с близо 3 пункта в сравнение с предходната година;
- намаление се отчита в сегмента „линии под наем”, чийто дял в общия обем на пазара бележи спад с 1,3 пункта.

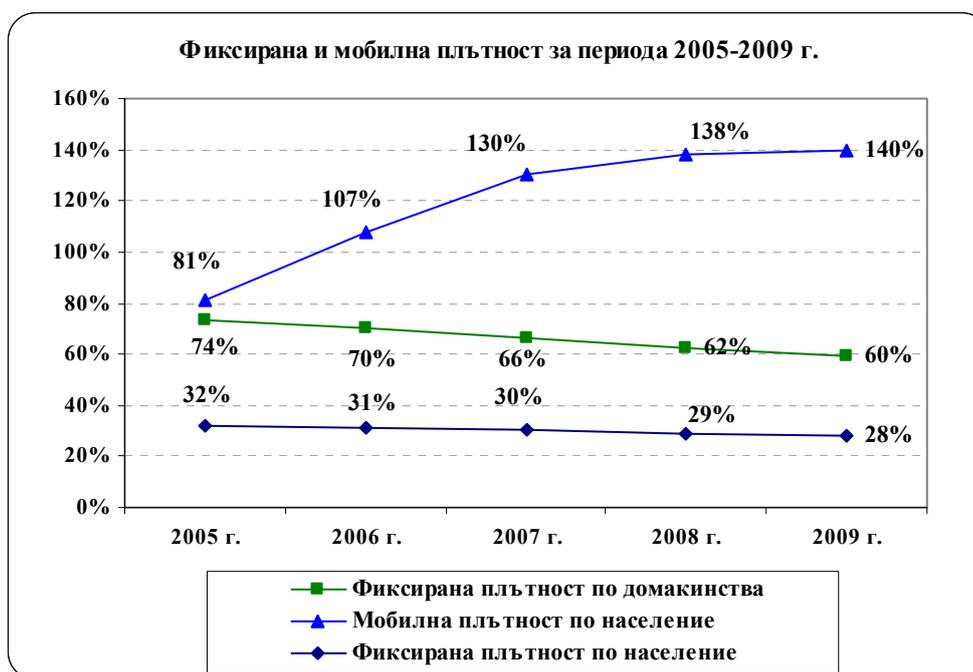
През 2009 г. в сегмента „мобилни мрежи и услуги” в България за първа година е отчетено намаление на приходите спрямо предходната година. За едногодишен период приходите са намалели с 3,7%, като към края на 2009 г. възлизат на 2,15 млрд. лв. и съставляват над половината (64,6%) от приходите от електронни съобщителни услуги в страната като цяло. Въпреки отчетения спад, значителният относителен дял на сегмента се дължи, от една страна, на тенденцията част от потребителите на гласови телефонни услуги да се отказват от фиксираните услуги и да ги заменят с мобилни, както и на множеството агресивно проведени през годината промоции, свързани с отстъпки от месечните такси за определени планове, включване на допълнителни минути за изходящи разговори и др.

Като цяло обемът на сегмента на фиксирани телефонни услуги продължава да намалява, като за последната година това намаление е с 20% в абсолютна стойност и с близо 3 пункта в относителна стойност в общия обем на пазара, което показва, че тенденцията за спад, наблюдавана в периода 2004 г. – 2008 г., в приходите от предоставяне на фиксирани мрежи и фиксирани телефонни услуги, през 2009 г. се задълбочава.

През 2009 г. общият брой на предприятията, оторизирани да предоставят фиксирани телефонни услуги и достъп до обществени телефонни услуги чрез услугата „избор на оператор” (вкл. историческото предприятие) възлиза на 23. Седемнадесет са алтернативните на „БТК” АД предприятия, които осъществяват дейност през годината. Това са: „АЙ ТИ ДИ НЕТУЪРК” АД, „БТК НЕТ” ООД, „ВАРНА НЕТ” ООД, „ВЕСТИТЕЛ

БГ” АД, „ГОЛД ТЕЛЕКОМ БЪЛГАРИЯ” АД, „ЕВРОКОМ КАБЕЛ МЕНИДЖМЪНТ БЪЛГАРИЯ” ЕООД, „ИЗТОЧНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННА КОМПАНИЯ” АД, „ИНТЕРУУТ БЪЛГАРИЯ” ЕАД, „КЕЙБЪЛТЕЛ” ЕАД, „КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ” ЕАД, „МОБИЛТЕЛ” ЕАД, „НЕКСКОМ БЪЛГАРИЯ” ЕАД, „НЕТ ИС САТ” ООД, „ОРБИТЕЛ” ЕАД, „СПЕКТЪР НЕТ” АД, „ТЕЛЕКОМ 1” ООД и „ТРАНС ТЕЛЕКОМ” АД.

На фиг. 13 е представена наложилата се през последните години тенденция на намаление на фиксираната телефонна плътност и на увеличение на мобилната. Високият процент на проникване на мобилната плътност се дължи до голяма степен и на практиката на мобилните предприятия в България да отчитат като активни всички потребители на предплатени услуги, закупили SIM карта и осъществили презареждане на кредит за ползване на услугите поне веднъж на всеки 12 месеца, което е един сравнително дълъг период спрямо практиката при отчитането на този показател в страните от ЕС.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 13

През 2009 г. темпът на нарастване на мобилната плътност в България се забавя – показателят нараства едва с 2 процентни пункта в сравнение с предходната година. Намаление се наблюдава и в изменението на фиксираната плътност, изчислена както на база домакинства (с два процентни пункта), така и на база население (с един процентен пункт).

Общо 36 предприятия са уведомили КРС, че възнамеряват да предоставят услугата „линии под наем”, включително „международни линии под наем”, с предполагаема дата за начало на дейността до 31.12.2009 г., като според данните, подадени в КРС, само 17 от тях реално са осъществявали дейност. Приходите от предоставяне на услугата „линии под наем” през 2009 г. възлизат на 51,7 млн. лв., което представлява намаление с над 49% в сравнение с 2008 г. Големият спад се дължи основно на две причини - на първо място може да бъде изтъкнато намалението в приходите от предоставяне на линии под наем на едро (на други предприятия, предоставящи обществени електронни съобщения), които спадат с 60%, което може да се обясни с тенденцията предприятията, предоставящи обществени електронни съобщения в България, да продължават да инвестират в изграждане на собствена инфраструктура, разчитайки все по-малко на наемането на

чужда. От друга страна, голямо влияние върху намалението в обема на пазара оказва продължаващият спад в приходите, реализирани от „БТК” АД от предоставяне на услугата „линии под наем” на едро, които през 2009 г. намаляват със 73% спрямо предходната година. За разлика от отчетеното през 2008 г., през 2009 г. се наблюдава спад от приблизително 18% в общите приходи, реализирани от алтернативните предприятия спрямо предходната година.

През 2009 г. са регистрирани 36 нови предприятия, предоставящи обществени електронни съобщения чрез кабелна мрежа за пренос и/или разпространение на радио- и телевизионни програми, които, съгласно ЗЕС, са уведомили КРС за намеренията си да осъществяват този вид електронна съобщителна дейност. Същевременно броят на издадените от КРС решения за заличаване достигна 60 - с 14 повече спрямо предходната година. По експертна оценка на КРС обемът на общите приходи от кабелни мрежи възлиза на близо 213 млн. лв.³¹, което е със 7% повече в сравнение с 2008 г. Все повече предприятия, предоставящи услуги чрез кабелни мрежи, предлагат или имат намерения да предлагат пакетни услуги като „Double play” (кабелна телевизия и достъп до Интернет и/или кабелна телевизия и пренос на глас), „Triple play” (кабелна телевизия, достъп до Интернет и пренос на глас), кодирани програми, пренос на данни, услуги като HDTV (стандарт в цифровата телевизия, поддържащ формат, който позволява по-високо качество на излъчването и по-висока разделителна способност в сравнение с традиционната аналогова или стандартната цифрова телевизия) и видео по поръчка. Все по-голям брой предприятия, предоставящи услуги по кабелна мрежа, предлагат, освен аналогово, и цифрово приемане на телевизионни програми от абонатите. Относителният дял на абонатите, приемащи кабелна телевизия в цифров формат, се е увеличил с близо 9 процентни пункта спрямо 2008 г. и достигат 21,8% от общия брой. Все по-широка популярност сред потребителите на цифрова кабелна телевизия придобива телевизията с висока резолюция (HDTV), към която се ориентират 0,2% от абонатите на кабелна телевизия в България.

Макар и по-бавно, в сравнение с предходната година, през 2009 г. обемът на пазарен сегмент „неподвижни спътникови мрежи” продължава да нараства, достигайки 83,32 млн. лв. В абсолютно изражение това нарастване представлява с 13,42 млн. лв. повече спрямо 2008 г., когато размерът му е бил 69,90 млн. лв. Както и през предходната година, ръстът в сегмента е резултат от нарастването на приходите от сателитна цифрова телевизия и радио и от спътниково разпръскване (пренос) на радио- и телевизионни програми на едро, които през последните 3 години са се увеличили с 50,05 млн. лв. (2,5 пъти). За 2009 г. приходите от тези услуги възлизат на 83,01 млн. лв., а през 2008 г. са съответно 66,16 млн. лв. През 2009 г. се запазва тенденцията на този пазарен сегмент делът на приходите от предоставени услуги на крайни потребители да надвишава този от услуги на едро – 89% от приходите са генерирани от предоставяни услуги на крайни потребители и 11% от услуги на едро.

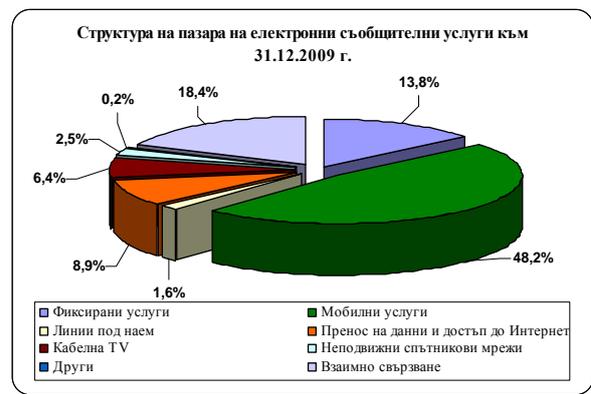
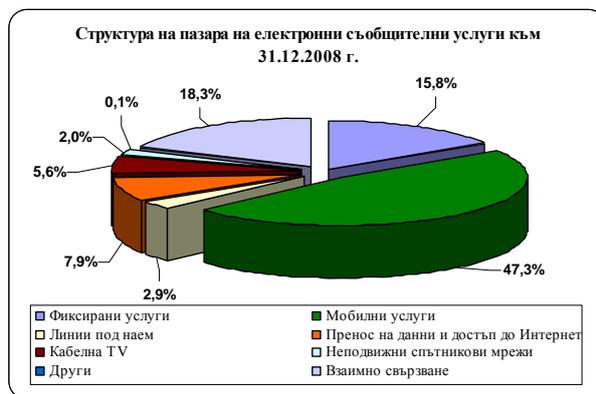
За 2009 г. обемът на пазарния сегмент „пренос на данни и услуги за достъп до интернет” възлиза приблизително на 295,22 млн. лева, като бележи нарастване от 5% в сравнение с предходната година. С 21% се е увеличил броят на абонатите на ADSL услуги. По данни на КРС проникването на широколентови услуги сред населението в България към края на годината е 13%.

³¹ Включват се приходите от предоставяне на основен пакет програми, в т.ч. на допълнителен пакет и кодирани програми, както и на пакетни услуги, в т.ч. Double play (кабелна телевизия и Интернет), Double play (кабелна телевизия и пренос на глас) и Triple play.

Към края на 2009 г. пет предприятия имат разрешения за изграждане на мрежа от типа „точка към много точки“ с национално покритие, използвайки технологията WiMAX. От тях три предприятия реално осъществяват дейност на пазара – „МАКС ТЕЛЕКОМ“ ООД, „ТРАНС ТЕЛЕКОМ“ АД (използвайки търговската марка „1One“), и „НЕКСКОМ БЪЛГАРИЯ“ ЕАД. Към края на 2009 г. потребителите на услуги, предоставяни чрез мрежи за широколентов безжичен достъп, използвайки WiMAX технология в България са нараснали с 31,28% в сравнение с края на 2008 г. Приходите, въпреки че все още съставляват малка част от приходите в целия пазар на електронни съобщения, отбелязват ръст от 33% спрямо 2008 г. и възлизат на почти 1, 820 млн. лв.

Взаимно свързване

На следващите фигури е представен самостоятелно обособен сегментът на взаимно свързване в рамките на общата структура на пазара на електронни съобщения.



Забележка: При изчисляване на обема на сегмента „взаимно свързване“ са включени приходите от физическа реализация на взаимното свързване (портове, линии и точки на свързване); терминиране на трафик (произхождащ от фиксирани/мобилни предприятия и WiMax мрежи в страната и в чужбина, включително SMS и MMS трафик), избор на оператор, транзитен трафик и колокиране.

Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 14

Фиг. 15

Изменението в обема на приходите от взаимно свързване през 2009 г. е незначително, като към края на годината е отчетен спад от близо 6%. Като цяло дялът на приходите от взаимно свързване в общия обем на пазара на електронни съобщения се запазва, възлизайки на 18%.

Общата сума на инвестициите, вложени в изграждане и поддържане на мрежите и развитие на услугите, декларирани от предприятията, осъществяващи електронни съобщения през 2009 г., възлиза на около 554 млн. лв., което представлява намаление отново с близо 30% в сравнение с предходната година. За 2010 г. предприятията планират да инвестират в сектора малко над 583 млн. лв.

Пакетни услуги

Следва да се отбележи, че понастоящем няма единно схващане относно точното съдържание на термина „пакетни услуги“. В текстове на ЗЕС се цитира понятието "ценови пакет", което съгласно т. 79 от допълнителните разпоредби се дефинира като пакет от две или повече услуги, чиито цени са различни от цените на всяка от услугите, ако същите услуги се предоставят извън пакета.

В приложението към Решение на КРС № 650/25.06.2009 г. за целите на анализа на пазарите за достъп до определено местоположение и обществено достъпни телефонни услуги, предоставяни в определено местоположение е поместено подробно описание на

термините „свързани услуги“ и „пакетни услуги“, базиращо се на практиката на Европейските съдилища, на ЕК, както и на незадължителните ѝ документи – насоки и препоръки.³² Съгласно направеното описание, пакетните услуги (bundling) включват две или повече електронни съобщителни услуги, предлагани от дадено предприятие заедно, при което услугите се предоставят във фиксирани, предварително определени пропорции и условия. Пакетните услуги най-общо биват два вида – „чист пакет“ или „смесен пакет“, като разграничителният елемент е дали потребителят има възможност да закупи някоя от услугите в пакета отделно. Свързаните услуги (tying), от своя страна, се наблюдават в ситуацията, когато една услуга се предлага само, ако бъде закупена заедно с друга услуга, като последната може да бъде закупена и поотделно.

Следва да се има предвид, че информацията, поместена по-долу, не се отнася до случаите на предлагани „чисти пакети“, от които най-често срещаният е предлагане на достъп до обществена телефонна мрежа и обществено достъпни телефонни услуги в определено местоположение.

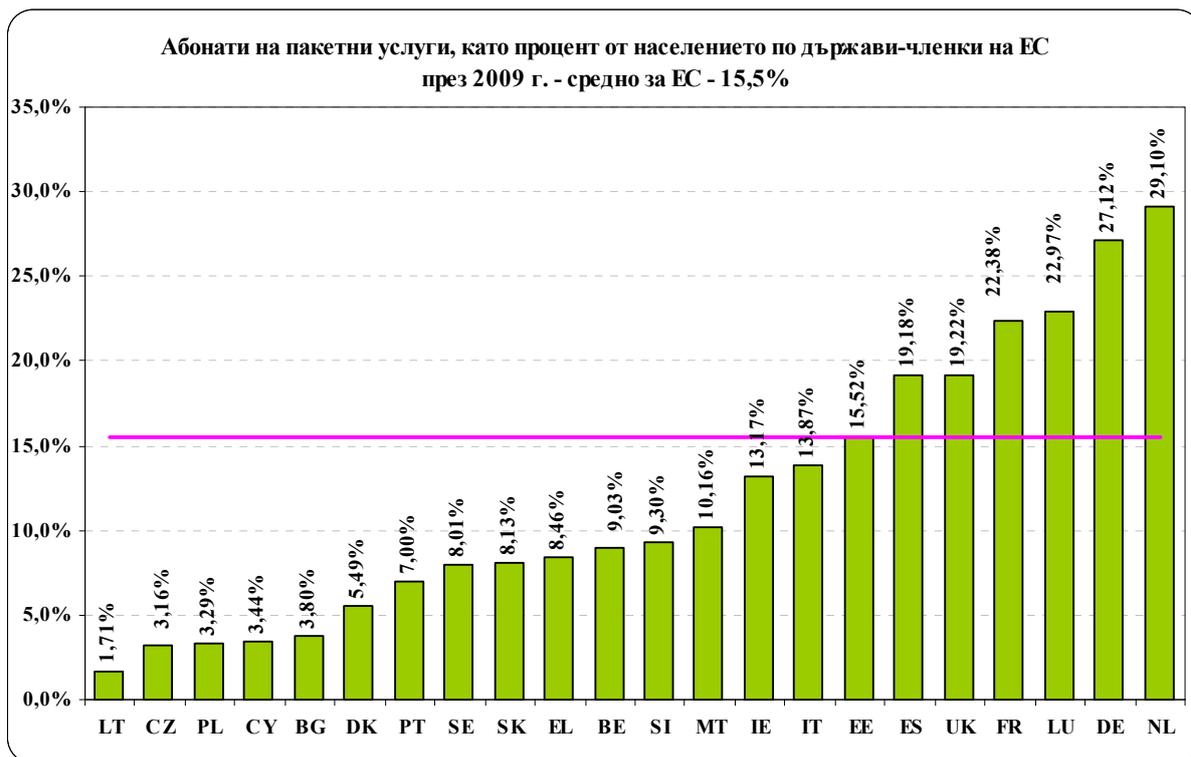
По данни на предприятията, предоставящи обществени електронни съобщения в България, към края на 2009 г. броят на абонатите на пакетни услуги надхвърля 287 хил., което представлява увеличение с над 3 пъти в сравнение с края на 2008 г. Въпреки високия темп на увеличаване на потребителите на пакетни услуги, дялът на абонатите, като процент от населението, все още остава нисък – едва 3,8 % в сравнение със съответния показател, изчислен на ниво ЕС³³ - 15,5%.

На фиг. 16 е представен дялът на абонатите на пакетни услуги, като процент от населението по държави-членки на ЕС³⁴.

³² Приложение към Решение на КРС № 650/25.06.2009 г., стр. 168-172

³³ Commission staff working document accompanying the Progress report on the single European electronic communications market 2009 (15th Report)

³⁴ В текста към т. 5 Converged services – bundled offers (Commission staff working document accompanying the Progress report on the single European electronic communications market 2009 (15th Report)) е посочено, че в представените данни съществуват различия поради различни дефиниции и липса на информация за някои от държавите.



Забележка: Данните за България са към 31.12.2009 г., данните за останалите държави-членки на ЕС са към 01.07.2009 г.

Източник: *Commission staff working document accompanying the Progress report on the single European electronic communications market 2009 (15th Report)* и данни на КРС

Фиг. 16

Видно от графиката, страните с най-висок дял на абонатите на пакетни услуги, изчислен като процент от населението, са Холандия и Германия, съответно 29,10% и 27,12%, следвани от Люксембург (22,97%) и Франция (22,38%). Най-слабо разпространение на пакетните услуги е отчетено в Литва.

В повечето случаи е трудно да се оцени обемът на пакетните услуги, от гледна точка на приходите от тях, поради голямото разнообразие в предлаганите търговски оферти и различните начини за отчитането им от предприятията. Понякога услугите се фактурират заедно, в други случаи се сключват отделни договори и се отчитат като приходи от абонати за всяка от услугите, включени в пакета.

От данните на предприятията, предоставящи обществени електронни съобщения в България през 2008 г. и 2009 г., е видно, че пакетните услуги представляват все по-голям интерес за абонатите на електронни съобщителни услуги, поради удобствата, които предоставят на крайния потребител. Основните предимства за абонатите на пакетни услуги са: един доставчик за няколко услуги, което спестява време при обслужване и плащане на месечните такси и по-ниски цени за пакета, отколкото при самостоятелното ползване на всяка от услугите.

Разпределението на абонатите по видове пакетни услуги в България е представено на фигура 17.



Източник: Данни, подадени в КРС

Фиг. 17

От данните, представени на фиг. 17, е видно, че интересът на абонатите, ползващи пакетни услуги, е насочен най-общо към четири вида пакетни услуги – три разновидности на двойна пакетна услуга („достъп до интернет и телевизия”, „мобилна телефонна услуга и достъп до интернет” и „фиксирана телефонна услуга и мобилна телефонна услуга”) и тройната пакетна услуга, включваща фиксирана телефонна услуга, достъп до интернет и телевизия.

Общият брой на предприятията, предоставящи пакетни услуги през 2009 г. възлиза на 62, като най-голям е броят на предприятията, предлагащи двойната пакетна услуга „достъп до интернет и телевизия” – 47 предприятия.

5. Перспективи за развитие на българския пазар на електронни съобщения

Перспективите пред българския пазар на електронни съобщения за 2010 г. са свързани с няколко възможности:

- засилване на пазарната конкуренция чрез адекватно регулиране на пазарите, на които не е налице ефективна конкуренция и създаване на стимули за инвестиции;
- нарастване на навлизането на широколентовия интернет достъп, насърчавано и чрез държавно финансиране;
- внедряване на нови технологии, по-голямо продуктово разнообразие и продължаващо намаляване на цените на електронните съобщителни услуги за потребителите.

През следващата година се очаква световната тенденция на миграция на абонати от фиксираните към мобилни телефонни услуги да се задържи и на българския пазар. Тя ще е основен фактор пазарът на мобилни телефонни услуги да достигне крайна точка на

насищане, което ще доведе до спад в темпа, с който нараства броят на потребителите на мобилни услуги и вероятно още повече ще изостри конкуренцията между трите мобилни предприятия в България.

Това, от своя страна, заедно с приетия от КРС с Решение 236/17.03.2009 г. план за поэтапно намаление на цените на терминиране в мобилните мрежи на предприятията от 1 януари и от 1 юли 2010 г., ще доведе до понижаване на цените и за крайните потребители на мобилни телефонни услуги и най-вероятно ще намали наблюдаваното досега затваряне на трафик в индивидуалните мрежи. За намаляване на цените на дребно от значение ще бъде и поредното понижаване на ценовите тавани за гласовите повиквания в роуминг, което ще настъпи от 1 юли 2010 г.

С изострянето на конкуренцията ще се засили и стремежът на мобилните предприятия да печелят все повече клиенти на договор, най-вече чрез привличането им от потребителите на предплатена услуга. Тази тенденция ще се задълбочи и през 2010 г., поради новото изискване за задължителната регистрация на предплатените карти.

През 2009 г. се наблюдава спад на приходите, генерирани от мобилните предприятия с около 3% спрямо 2008 г., дължащ се в най-голяма степен на понижението на приходите от гласови услуги, както и от кратки текстови и мултимедийни съобщения (SMS и MMS), с който се обяснява и нарастващото им желание за пускане на нови услуги за потребителите. По този начин мобилните предприятия целят да диверсифицират продуктовото си портфолио и да генерират нови източници на приходи. Подобни услуги са например пакетните оферти с фиксирани услуги и/или широколентов достъп, предлагани от тях, дистанционният достъп и наблюдение до дома, мобилната телевизия, навигационните услуги, разговори и съобщения в реално време през Интернет, електронни здравни услуги, възможността за реклама в мобилното пространство и др.

Според очакванията на предприятията, предоставящи електронни съобщения, потребителският интерес към предлаганите пакетни услуги ще се запази и дори засили през 2010 г. главно заради интереса на бизнеса да намали разходите си за телекомуникационни услуги. Предложенията включват различни комбинации от фиксирани и мобилни гласови услуги, широколентов интернет, кабелна и IP телевизия. Тези услуги се предлагат в голямо разнообразие както от историческото предприятие, мобилните оператори и кабелните оператори, така и в нарастваща степен от предприятията, предоставящи електронни съобщения чрез мрежи за пренос на данни (най-популярните сред които са двойната пакетна услуга „телевизия и достъп до интернет“ и тройната пакетна услуга „фиксирана телефонна услуга, достъп до интернет и телевизия“).

Пакетните услуги се налагат на пазара както от желанието на клиентите да намалят разходите си за тези услуги, така и от стремежа на предприятията, предоставящи електронни съобщения, да оптимизират разходите си по предоставянето им. Забелязва се и нарастване на популярността сред потребителите на услуга за достъп до интернет в пакет с лаптоп и карта/устройство за мобилен интернет, както и висок ръст при продажбата на смартфони.

През следващата година се очакват няколко регулаторни стъпки, които вероятно ще доведат до създаване на по-благоприятни условия за развитие на конкуренцията на пазара на електронните съобщения в България. Една от тях е свързана със завършване на първия кръг пазарни анализи от КРС, което включва приемане на анализ на пазарите на (физически) достъп до мрежова инфраструктура в определено местоположение и предоставяне на широколентов достъп на едро. С приемането им и налагането на задължения на предприятията със значително въздействие на тези пазари, ще се създадат

предпоставки за раздвижване на пазара на фиксирани телефонни услуги и широколентов достъп.

Друг фактор, благоприятстващ развитието на конкуренцията между предприятията, е възможността потребителите да ползват услугата „преносимост на номерата”, която от м. юли 2009 г. вече се предоставя и за географски номера. През идната година КРС планира да предприеме промени в процедурите за осъществяване на преносимост на географски и негеографски номера в мобилни мрежи. Те ще включват нови изисквания към предприятията, включително предоставяне на услугата „на едно гише”, скъсяване на срока, намаляване на таксата за услугата, заплащана от приемащото на даряващото предприятие, премахване на таксата, заплащана от потребителите и др. Целта на подобна стъпка ще бъде да насърчи ползването на услугата „преносимост на номерата” като стимул за развитие на ефективна конкуренция между предприятията, предоставящи електронни съобщителни услуги.

На пазарите на електронни съобщения се очаква да се запази и тенденцията на консолидация от последните години. След сливането на две от най-големите алтернативни предприятия, предоставящи фиксирани телефонни услуги (чрез покупка на „ОРБИТЕЛ” ЕАД от „МАДЯР ТЕЛЕКОМ” и „СПЕКТЪР НЕТ” АД) и на двата най-големи кабелни оператора („ЕВРОКОМ КАБЕЛ МЕНИДЖМЪНТ БЪЛГАРИЯ” ЕООД и „КЕЙБЪЛТЕЛ” ЕАД), този процес вероятно ще продължи и сред предприятията, предоставящи услуги за достъп до интернет и пренос на данни, чиито пазари още са в голяма степен фрагментирани.

Пазарът на широколентов интернет достъп, който към края на 2009 г. достигна 13% проникване по население, също ще продължи да се развива. По данни на КРС, голяма част от интернет доставчиците планират да инвестират в модернизирани и разширяване на мрежите си за пренос на данни през 2010 г. За стимулиране на конкуренцията в този сегмент въздействие ще окаже и завършването и приемането от КРС на анализа на пазара на предоставяне на широколентов достъп на едро, който ще окаже благоприятно въздействие върху пазара на широколентови услуги, както и изпълнението на мерките от Националната стратегия за развитие на широколентовия достъп в България, приета през м. ноември 2009 г. Последната цели осигуряване на цялото население в страната на възможност за широколентов достъп в рамките на населеното място до 2013 г., което ще се постигне основно чрез проекти за междуселищна и вътрешноселищна свързаност, финансирани от държавата и оперативна програма „Регионално развитие”.

Мобилните предприятия също все повече се концентрират върху сегмента на широколентов достъп до интернет. Увеличението в потреблението му през 2009 г. е стимул за тях да инвестират по-активно в мрежите, особено в по-модерни технологии за високоскоростен пренос на данни.

През 2010 г. се очаква да започне и работата на компетентните институции (МТИТС и КРС) по имплементиране в националното законодателство на промените, регламентирани в реформираната Регулаторна рамка на Европейския съюз (влезли в сила с публикуването им в Официален вестник на ЕС на 19.12.2009 г.), които държавите-членки на ЕС следва да транспонират до края на м. май 2011 г. Промените включват и създаване на Орган на европейските регулатори в областта на далекосъобщенията (BEREC), който ще има съществена роля в изготвяне на политиката в областта на електронните съобщения в ЕС и при прилагането ѝ.